

市民アンケート調査結果について

資料1

食の安全・安心の確保

1 成果指標

※H24年度と比べ目標値から遠ざかった指標は考察を入れていきます。

No	項目	H19	H22	H24	H27	目標	新目標	
①	残留農薬について不安を感じる市民の割合	63	63.7	55.7	44.4	50	40	【現状】 前回調査より11.3ポイント改善し、目標を5.6ポイント上回った
②	添加物について不安を感じる市民の割合	76	69.6	63.3	54.1	50	40	【現状】 前回調査より9.2ポイント低下し、目標に4.1ポイント差と近づいた
③	食品の不正（偽装表示）について不安を感じる市民の割合	52.5	62.8	51.6	55.3	40		【現状】 前回調査より3.7ポイント上昇、目標とは15.3ポイント差に広がった 【考察】 H25年は、大手ホテルや百貨店等でメニュー表示の産地偽装事件が起きた。H26年は飲食店での松坂牛偽装事件も起きている。 表示への信頼は、事業者のモラルと事業者の法令順守の姿勢の上に成り立つが、今年度からの食品表示法の施行に伴い、事業者の適正表示への積極的な取り組みが期待できる。
④	輸入食品について不安を感じる市民の割合	68.7	68.4	65.2	56.6	50	40	【現状】 前回調査より8.6ポイント低下し、目標とは6.6ポイント差と近づいた
⑤	食品の安全性、食品衛生に関する活動に参加している市民の割合	9.6	11	8.9	6.5	15		【現状】 前回調査より2.4ポイント低下し、目標値とは8.5ポイント差に広がった 【考察】 実際に「参加したことはないが、参加したいと思う市民」が58.3%いることから、このような市民へ働きかけ、参加しやすいイベント、体験等を今後検討する。 (アンケートでは「週に1回」「月に1~2回」「年に数回程度」を合わせて「参加している」人が6.5%であった。当課が実施する衛生講習会や、ポスターコンクール、田崎市場体験、一日食監体験などは、市民の方からすれば、年に1回か、数年に1回の活動であり、参加していたとしても、当アンケートの質問事項では、反映しにくい側面がある。) (調査報告書 p 67)
⑥	食品表示の確認を購入のたびににする市民の割合	46.7	36.2	40.2	42.3	55		【現状】 前回調査から2.1ポイント上昇したが、依然目標値とは12.7ポイント差がある
⑦	食品について安全性が高まってきていると感じている市民の割合				59.1	50	65	【現状】 半数を超え、目標を9.1%上回った
⑧	食事・食品等に関する正しい知識や情報を得ようと努めている市民の割合				61.3	75		【現状】 目標とは13.7ポイント差がある
⑨	食の安全性に関する知識があると思う市民の割合	49.7	52.7	49.6	62.6	60		【現状】 前回調査から13.0%上昇し、目標を2.6ポイント上回った

2 その他の指標

項目	H24	H27	
HACCPについて言葉も意味も知らない市民の割合			【成果指標との関係性】 「食品の安全性の高まり」を感じている人の方がHACCPについての認知度が高い傾向にある (調査報告書 p 65) 【考察】 事業者のHACCP導入支援と、市民へのHACCP周知を進めることにより、食品の安全性が更に高まることが期待される。
熊本市が食品の安全確保のため検査を実施していることを知らない市民の割合	48.6	71.4	【現状】 前回より22.8ポイント増加した。特に高校生期・青年期・壮年期 (15歳~44歳) までの認知度が10%台と低かった。(調査報告書 p 77) 【成果指標との関係性】 「食品の安全性の高まり」を感じている人の方が検査実施についての認知度が高い傾向にある (調査報告書 p 78) 【考察】 市政だよりを利用する等、市民への周知方法を検討する必要がある。
「くまもとの食」のページを知らない市民の割合	80	80.3	【現状】 前回とほぼ同じ結果だった (調査報告書 p 87)
熊本市が情報を発信する手段として効果的なものは	1位 市政だより(46.2%)、2位 TV(37.5%)、3位 新聞(18%)、4位 市のHP(9.8%) (調査報告書 p 90)		